

#147

ballesterer

Fußballmagazin

5,90 €

6,90 (D),

SFr. 11 (CH)

WATTENSCHIED
DAS ENDE
DER KLEINEN ↳ 40

KÖLN
LOUIS SCHAUB
IM INTERVIEW ↳ 44

ROJAVA
DIE INVASION &
DAS UNTERHAUS ↳ 50

KATALONIEN
DER TRAINER &
DIE UNABHÄNGIGKEIT ↳ 56

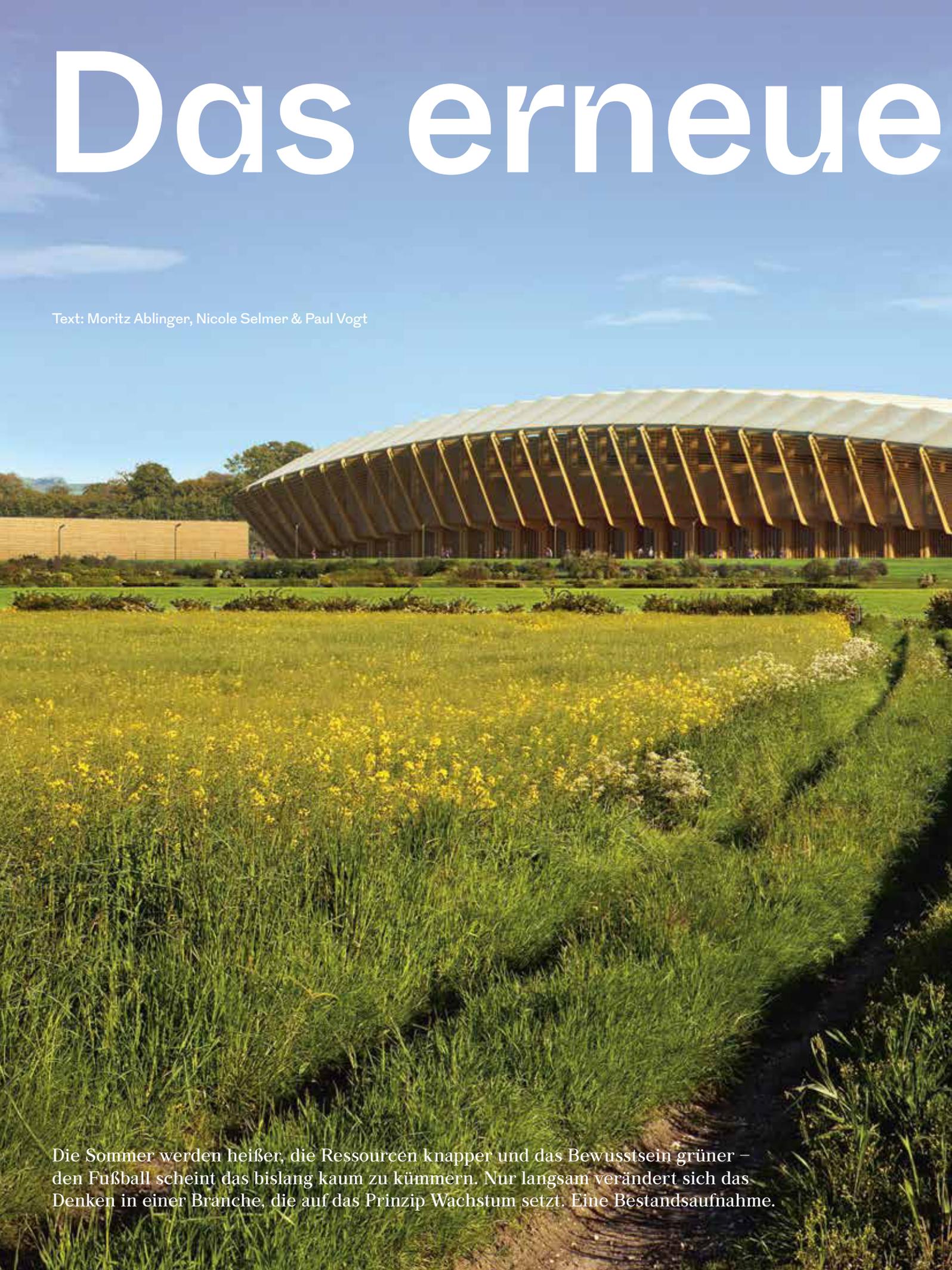
FUSSBALL FOR FUTURE

Dezember 2019

912007349005600147



Das erneue

A large, modern stadium with a curved, metallic facade and a green field in the foreground. The stadium is the central focus, with a path leading towards it. The sky is blue with some clouds.

Text: Moritz Ablinger, Nicole Selmer & Paul Vogt

Die Sommer werden heißer, die Ressourcen knapper und das Bewusstsein grüner – den Fußball scheint das bislang kaum zu kümmern. Nur langsam verändert sich das Denken in einer Branche, die auf das Prinzip Wachstum setzt. Eine Bestandsaufnahme.

rbare Spiel



Entwurf eines Holzstadions von Zaha Hadid Architects

Millionen Menschen gingen Ende September bei den weltweit stattfindenden Demonstrationen für den Klimaschutz auf die Straße. Das Thema ist mitverantwortlich dafür, dass die Grünen bei der Nationalratswahl ins Parlament zurückkehrten und vielleicht sogar in die Regierung kommen, in Deutschland wird ein umfassendes Klimapakete geschnürt und in Italien ein Schulfach zum Klimawandel eingerichtet. Der Umweltschutz ist präsent wie nie – ganz am Rande sogar im Fußball.

Zweitligist Wacker Innsbruck rief zur Teilnahme am „Earth Strike For Our Future“ auf, und Rapid pflanzte im Rahmen einer Aufforstungsaktion der Stadt Wien mit Kindern und Jugendlichen 1.899 Bäume. In Deutschland stellten Werder Bremen, der SC Freiburg und Mainz 05 ihre Mitarbeiter frei, damit sie an Klimademonstrationen teilnehmen konnten. „Wenn ich könnte, würde ich jedem einzelnen von euch eine persönliche Entschuldigung für die Schule schreiben“, twitterte Lokomotiv-Moskau-Verteidiger Benedikt Höwedes an die „Fridays for Future“-Demonstranten. Und dann war da noch der Wald im Klagenfurter Wörthersee-Stadion. Über das Projekt, das die Zerstörung der Natur als künstlerische Intervention thematisiert, wurde weltweit berichtet.

Und doch sind all diese Aktionen und Aufrufe die Ausnahme. Meistens gibt sich der Fußball vom Klimawandel weitgehend unberührt. Spieler, Funktionäre und Vereine äußern sich kaum, sie werden aber auch selten dazu befragt. Vom *ballesterer* bekamen die österreichischen Bundesligisten einen Fragebogen zugesandt. Es geht darin um die Sicht auf den Klimawandel, um Greenkeeping, Mobilität und Mülltrennung. Sieben der zwölf Vereine haben geantwortet. Deutlich wird dabei, dass sich hinter den Kulissen etwas tut und der Fußball sehr wohl betroffen ist. Alle Klubs geben an, dass sie sich mit dem Klimawandel beschäftigen und das Thema Auswirkungen auf ihre Arbeit hat. Konkret werden sie dabei selten. Man bekommt den Eindruck, halboffene Türen einzulaufen, ohne zu erfahren, wie das Zimmer dahinter aussieht. In Deutschland scheinen bei einigen Klubs die Räume wenigstens teilmöbliert zu sein. Die Vereine versuchen, ihre Umweltbilanz zu verbessern, auch weil sie so nicht nur Energie, sondern Geld sparen. Die vielen kleinen Maßnahmen werfen jedoch auch große Fragen auf: Hat der Fußball in einer Welt, die den Kampf gegen den Klimawandel ernsthaft führen möchte, überhaupt einen Platz?

FORTSCHRITT AM VERTEILERKREIS

1
8
Titel hat die Wiener Austria schon länger keine gewonnen, vor drei Jahren wurde der Klub aber immerhin mit dem Umweltpreis der Stadt Wien ausgezeichnet. Für ein Stadion, das zu dem Zeitpunkt noch gar nicht eröffnet war, aber als Vorzeigeprojekt beim Thema Nachhaltigkeit gilt. Die Österreichische Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft nannte die Austria Arena das erste nachhaltige Fußballstadion Österreichs. „Der Austria war das Thema extrem wichtig“, sagt Michael Mauch. Er war der Projektleiter des Architekturbüros Reinhardt Gallister, das den Neubau geplant hat. „Wir haben uns jahrelang in ganz Europa umgeschaut, um zu sehen, wie wir ein nachhaltiges Stadion bauen können.“ Das Engagement merkt man: eine Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach, sechs Zisternen, in denen 120.000 Liter Regenwasser für die Bewässerung aufgefangen werden, und energiesparende LED-Beleuchtung in der Geschäftsstelle. Strom wird auch in den Katakomben gespart, dort schaltet sich das Licht nur ein, wenn jemand ein- und ausgeht.

Ein nachhaltiges Stadion beginnt jedoch nicht bei der Architektur, sondern der Lage. „Du kannst das umweltfreundlichste Haus der Welt bauen. Wenn du immer mit dem Auto hinfahren musst, bringt es nichts“, sagt Christoph Treberspurg, der sich als Architekt auf Nachhaltigkeit spezialisiert hat. Ins neue Austria-Stadion kann man heute mit der U-Bahn anreisen, 2017 wurde die U1 verlängert. „Für die Planung war das sehr günstig“, sagt Stadionprojektleiter Mauch. Steigt man an der U-Bahn-Station „Altes Landgut“ aus, prägt aber ein anderes Fortbewegungsmittel das Bild. Autos bremsen, hupen und beschleunigen, das Rauschen der nahen Autobahn ist am zweitgrößten Kreisverkehr Wiens pausenlos zu hören. In dessen Mitte befindet sich sogar ein Parkplatz. Dort wird deutlich, dass nicht alle Fans öffentlich anreisen. Viele Autos haben Austria-Wimpel und -Schals an den Rückspiegeln hängen, bei einigen kleben violette Pickerl auf den Kofferraumdeckeln.

MOBILE FANS

In der *ballesterer*-Befragung geben die Wiener Austria und der SCR Altach an, die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs für die An- und Abreise in ihr Ticket zu inkludieren. Der SK Rapid bietet das nur den Abonnenten, der LASK nur bei internationalen Spielen,

andere wie der SK Sturm und Red Bull Salzburg gar nicht. Beim WAC gibt es ein kostenloses Shuttle durch Wolfsberg zum Stadion. Bei Klubs wie Admira Wacker und Mattersburg mit einem Zuschauerschnitt von unter 3.000 mag der Effekt der Verlagerung auf öffentlichen Nahverkehr überschaubar sein. Anders sieht es dort aus, wo mit der bestbesuchten Fußballliga der Welt geworben wird: Rund 400.000 Zuschauer verzeichnet die deutsche Bundesliga im Schnitt pro Spieltag, allein in Dortmund finden alle zwei Wochen rund 80.000 den Weg ins Stadion.

Der Deutschlandfunk hat gemeinsam mit der Klimaberatungsagentur CO2OL die pro Spieltag durch Fans verursachten CO₂-Emissionen errechnet. Die ermittelte Zahl von 7.753 Tonnen braucht Vergleiche, um zu wirken: Sie entspricht dem durchschnittlichen Jahresverbrauch von rund 700 Personen. In diese Zahl fließt ein, was Fans beim Spielbesuch konsumieren, was sie wegwerfen und vor allem, wie sie sich bewegen – rund zwei Drittel der Emissionen entstehen durch den Transport. „Mobilität ist der große Faktor“, sagt Patrick Fortyr von CO2OL dem **ballesterer**. „Durch die Nutzung des Autos sowieso, aber auch der öffentliche Verkehr fällt durch die Masse ins Gewicht.“ Die Kurzstudie geht von einer PKW-Anreise in 60 Prozent der Fälle aus, obwohl die Nahverkehrsnutzung fast bei allen Klubs im Ticket inkludiert ist. Ganz anders rechnet die DFL. „Die Mehrzahl der Zuschauer reist längst mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Spiel“, schreibt sie in ihrem 2013 erschienenen Umweltreport. Ein Nachweis für diese Einschätzung fehlt, ausgewiesen sind lediglich Zahlen des SV Werder Bremen.

TREIBSTOFF FÜR DEN SPORT

Die Relevanz des Autos illustrieren die Webseiten der Vereine. 13 der 18 deutschen Erstligisten listen die Rubrik „Mit dem PKW“ bei den Stadioninfos ganz oben. Für die Entscheidung, im Auto zum Fußball fahren, sind Stadionlage, Verkehrsanschluss und Wetterverhältnisse wichtige Faktoren, aber auch Maßnahmen des Vereins. Hier erproben die Klubs verschiedene Ideen. Der 1. FSV Mainz 05 erklärte sich 2010 in Zusammenarbeit mit dem damaligen Hauptsponsor, dem Ökostromanbieter Entega, zum klimaneutralen Verein. Er ruft autofreie Spieltage aus, subventioniert Sonderzüge für Auswärtsfahrten und bietet ein Fahrradservice für radelnde Stadionbesucher an.

Die TSG Hoffenheim geht bei ihren Maßnahmen gegen den Klimawandel einen anderen Weg, sie wirbt beim Ticketkauf im Onlineshop um Spenden für eine Wiederaufforstungsinitiative in Uganda. Dieses Projekt unterstützt der Verein auch selbst: Er kompensiert für diese Saison die eigenen CO₂-Emissionen im Umfang von 3.000 Tonnen und hat damit begonnen, die Anreise der Gästeteams und Schiedsrichter ebenfalls auszugleichen. Das Projekt Klimakollekte veranschlagt als Kompensationspreis pro Tonne 23 Euro, die TSG zahlt für ihren CO₂-Ausgleich und positive Schlagzeilen also überschaubare 66.000 Euro.

Beispiele lassen sich auch bei anderen Klubs finden. Im Fußball passiere einiges, doch nicht genug, sagt Klimaschutzberater Fortyr. „Vereine könnten viel mehr Bewusstsein schaffen.“ Ein offensives Engagement für Klimaschutz kollidiert allerdings mit der traditionellen Kultur – und Finanzierung – des Fußballs. Über Jahrzehnte waren Kohle- und Stahlindustrie eng mit dem Sport verbunden und haben ihn groß gemacht. Energiekonzerne wie Evonik, Gazprom und Wien Energie, die zumindest teilweise auf fossile Brennstoffe setzen, sponsern die Klubs heute. Auch die Automobilbranche ist für viele Vereine ein wichtiger Geldgeber. Schnelle Autos gehören zur Klischeevorstellung eines Fußballers. Ein Spieler, der mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Fahrrad zum Training kommt, gilt als exzentrische Ausnahme.

FLIEGEN UND SIEGEN

Die Fortbewegung der Fans am Spieltag hat quantitativ zwar die größeren Effekte, doch die Mobilität der Klubangestellten kann qualitativ wirken. Auch hier werden teils Maßnahmen gesetzt. So berichtet der VfL Wolfsburg von subventionierten Bahntickets für Mitarbeiter, klubeigenen Rädern sowie Elektro- und Hybridautos, die auf dem Vereinsgelände genutzt werden können. Die Austria verzeichnet in ihrem Nachhaltigkeitsbericht von 2017 im Fuhrpark ein Elektroauto und zwei E-Bikes. Auch Bundesliga-Vorstand Christian Ebenbauer fuhr zum letzten Interviewtermin mit dem **ballesterer** im E-Auto vor – eines von drei Fahrzeugen, die den Mitarbeitern zur Verfügung stehen.

Die österreichischen Klubs geben in der **ballesterer**-Befragung an, für die Auswärtsfahrten den Bus und das Flugzeug zu nutzen. Der SK Sturm schränkt ein, man

sei in der Vergangenheit auch einmal mit dem Zug gefahren. Eine ernsthafte Option ist diese Variante für keinen Klub. „Aufgrund der großen Menge an Material, die transportiert werden muss, fällt die Busfahrt auch bei einer Anreise der Mannschaft mit dem Zug nicht weg“, argumentiert der SCR Altach. Auch in Deutschland ist die Anreise per Bahn die Ausnahme. Thematisiert wird die Mobilität nur selten. Als der FC Sankt Pauli Ende Oktober nach Heidenheim per Flugzeug und weiter mit dem Bus anreisen wollte, begründete der Klub das mit den Strapazen der Bahnreise bei der 0:3-Niederlage der Vorsaison, wie die *Hamburger Morgenpost* berichtete. Sportlich ersparte der Flug den Hamburgern zwei Gegentore, sie verloren nur 0:1.

Flugreisen sparen Zeit, Busfahrten bieten Schutz vor der Öffentlichkeit – das kann dem sportlichen Erfolg zuträglich sein, und der hat für die Vereine Priorität. „Wer erfolgreich sein will, muss auch fliegen“, sagte Stefan Wagner von der TSG Hoffenheim der *taz*. Wenn Topteams zu ihren Europacuppartien am Flughafen landen, wartet der Mannschaftsbus in vielen Fällen bereits, um die Spieler werbewirksam durch London, Istanbul oder Madrid zu fahren. Fahrkilometer, die vor allem dem Marketing dienen, das schwerer wiegt als die Ressourcenschonung.

Neben dem Spielbetrieb in der Liga und internationalen Bewerbungen wird das CO₂-Konto der Klubs durch weitere Reisen belastet. Für Trainingslager, die im Winter zumeist im Süden und damit in Flugdistanz stattfinden, greift das Argument der sportlichen Bedeutung. Bei Sommertourneen in Asien und den USA hingegen geht es um das kommerzielle Interesse an wachsenden Märkten. „Da könnten Vereine mit gutem Beispiel vorangehen“, sagt Patrick Fortyr. „Aber ich sehe nicht, dass der Fußball bei Tourneen und Vorbereitungsspielen bereit ist, auf Geld zu verzichten.“

WARMES GRÜN

„Ökologische Investitionen kosten Geld“, sagt Greenpeace-Campaignerin Jasmin Duregger. „Das ist im österreichischen Fußball, der nicht im Geld schwimmt, eine heikle Angelegenheit.“ Ein Ansatz, ökologische Maßnahmen mit Einsparungen zu verbinden, ist die Energieeffizienz. Eine vom Klima- und Energiefonds 2017 beauftragte Studie zum Energieverbrauch von Sportstätten in Österreich weist den Weg Richtung Wärme- und Stromverbrauch. Für Ersteren ist in Stadien das Heizen und dabei vornehmlich die Rasenheizung verantwortlich. Seit der Saison 2016/17 ist sie in der Bundesliga vorgeschrieben. Je nach Platz und Heizungstyp kann das teuer werden. Die Anschaffungskosten liegen zwischen 400.000. und 600.000. Euro, 1.000 bis 4.000 Euro kostet eine einmalige Nutzung, wie das Portal *Stadionwelt* vorrechnet. Auch die Umwelt zahlt drauf. „Rasensheizungen sind ein Wahnsinn“, sagt Architekt Treberspurg. „Wenn du den Rasen beheizen musst, um spielen zu können, stellt sich die Frage, wie sinnvoll das ist.“ 10.000 Liter Heizöl soll die Nutzung im alten Augsburger Rosenaustadion pro Spieltag verbraucht haben. Grund genug für den FC Augsburg, beim Stadionneubau 2009 ein Pilotprojekt zu wagen. Dort wird nun das Grundwasser über Umwälzpumpen aus 40 Meter Tiefe hochgepumpt und aufbereitet. „Pumpt man es nach oben und leitet es dann einfach unter dem Rasen durch, haben Schnee und Eis keine Chance“, sagte Arno Pöhlmann vom lokalen Energieversorger 2014 der *Augsburger Allgemeinen*. Neben dem Rasen werden so auch die VIP-Logen, Büros und Kabinen im Winter beheizt und im Sommer belüftet. Über 750 Tonnen CO₂-Emissionen vermeidet der Verein im Jahr laut eigenen Angaben.

In Österreich gibt die Austria an, eine Rasenheizung mit schnellen Reaktionszeiten und einem deutlich geringeren Energieverbrauch zu besitzen. Dennoch drängt sich eine grundsätzliche Frage auf: Wäre es nicht sinnvoller, mit der Meisterschaft im Frühling zu beginnen und sie im Herbst zu beenden? In Finnland, Schweden und Norwegen gibt es solche Ganzjahresmeisterschaften. Bundesliga-Vorstand Ebenbauer hält davon nichts. „In diesen Ländern ist es einfach kälter“, sagt er. „Zusätzlich zum Wettbewerbsnachteil in den UEFA-Klub-Bewerben und bei Welt- und Europameisterschaften müsste man auch dann im Winter dafür sorgen, dass der Rasen nicht kaputt wird. Dafür braucht es ebenfalls Energie.“

HELLES LICHT

Was für den Wärmeverbrauch die Rasenheizung, ist für den Stromverbrauch das Licht. Die Bundesligisten benötigen eine fernsehtaugliche Flutlichtbeleuchtung, die laut Lizenzvorschriften einen Mittelwert von 1.000 Lux liefern muss. *Stadionwelt* hat für das Stadion des FC Bayern einen stündlichen Verbrauch von 464 Kilowatt und Kosten von



Hoffen auf Sonnenstunden in Favoriten – Die Photovoltaikanlage der Austria

92,80 Euro errechnet. Zur Einordnung: Im österreichischen Schnitt liegt der Jahresverbrauch pro Kopf bei 8.126 Kilowatt. Die Flutlichtanlage der Austria besitzt ähnliche Lux-Werte und sogar mehr Scheinwerfer als die Arena in München. Einen Teil ihres Strombedarfs deckt sie mit der Photovoltaikanlage auf dem Dach der Nordtribüne. 1.700 Quadratmeter Solarpaneele sind dort verlegt. Besichtigen kann der **ballesterer** die Anlage bei einer Stadionführung leider nicht, dafür bräuchte es eine Kletterausrüstung und eine Genehmigung. Unmittelbar unter dem Dach über dem VIP-Klub, wo es keine Sitzplätze, sondern vor allem Lüftungsrohre gibt, sind zahlreiche Zählerkästen angebracht. Die darauf angebrachten Displays zeigen an, wie viel Watt die Anlage in jedem Moment produziert. „Die Anlage war nicht leicht zu planen“, sagt Michael Mauch. „Wenn die Flutlichter Schatten darauf werfen würden, wäre das ja ein echtes Problem.“ Herausgekommen ist aber eine Lösung, die den Strombedarf der Austria phasenweise sogar übersteigen kann – sofern die Sonne scheint und in der Geschäftsstelle wenig Betrieb herrscht. „Der Rest wird dann ins Netz der Wien Energie eingespeist“, sagt Stadionmanager Helmut Schmidt bei der Führung.

Über die genauen Anschaffungskosten will der Verein keine Auskunft geben, billig war sie aber nicht. „Bei den aktuellen Strompreisen rechnet sich so eine Anlage erst auf sehr lange Zeit“, sagt Architekt Treberspurg. „Aus ökologischer Sicht macht sie in Kombination mit einem passenden Haustechniksystem aber natürlich Sinn.“ Derzeit erzeugt die Photovoltaikanlage rund ein Achtel des Strombedarfs der Austria, den Rest bekommt sie vom Verbund. Das Unternehmen erzeugt ihn fast ausschließlich aus Wasserkraft. Überhaupt bekommt die Mehrheit der Klubs sauberen Strom geliefert. Auch Hartberg, Sturm, Red Bull Salzburg und der LASK gaben an, Strom aus erneuer-

baren Quellen zu beziehen. Andere wie Altach und der WAC beziehen Energie aus fossilen Brennstoffen oder ließen die Antwort im Fragebogen unklar.

KRANKER RASEN

Ökostrom, Solaranlagen und Wärmepumpen können die Effekte des Klimawandels abschwächen, der schon jetzt Spuren in der Bundesliga hinterlässt. „Die Anforderungen haben sich geändert“, sagt Christian Ebenbauer. „Wir versuchen, auf äußere Umstände so gut wie möglich zu reagieren.“ Das ist vor allem die Hitze. Laut Wetteraufzeichnungen fanden vier der fünf heißesten Sommer in Österreich seit 2014 statt. Seit der Reform des Ligenformats 2018 finden in den Sommermonaten keine Spiele mehr vor 17.00 Uhr statt. Seit 2014 schreibt die FIFA bei Temperaturen über 31 Grad Trinkpausen vor, einmal pro Halbzeit und drei Minuten lang. Doch Spieler und Zuschauer sind nicht die einzigen, die die Hitze spüren. Der Rasen ist durch die hohen Temperaturen schwächer und krankheitsanfälliger. Alle Bundesligisten, die den ~~ballesterer~~-Fragebogen beantworteten, gaben an, dass das Greenkeeping in den letzten Jahren aufwändiger geworden sei. Nicht nur weil mehr Wasser benötigt werde, sondern weil die Tätigkeit selbst wissenschaftlicher geworden sei, wie es der WAC nennt.

Ist es im Sommer besonders heiß, muss mehr gewässert werden. Trocknet der Rasen dann nicht schnell genug, schwächt ihn das, und Pilzerkrankungen können sich schneller ausbreiten. Im Stadion der Austria sind an Ost- und Westtribüne meterlange Schlitze entlang der Außenwand zu sehen. Im Innenraum des Stadions gibt es dadurch einen ständigen Luftwechsel, der Rasen trocknet schneller. „Wir haben die Lage des Stadions ausgenutzt“, sagt dessen Planer Mauch. „Es liegt auf einer Anhöhe, da geht fast immer Wind.“ Das vom violetten Kunstrasen umrandete Grün in der Austria Arena sieht satt und gut getrocknet aus. Doch auch in Favoriten hat man immer wieder mit den Pilzinfektionen zu kämpfen. „Es gibt fast jedes Jahr einen neuen. Da helfen die alten Mittel nicht mehr“, sagt Stadionmanager Schmidt. Die Bundesliga hat mittlerweile reagiert. Seit 2016 gibt es ein jährliches Treffen, an dem neben den Greenkeepern der Klubs auch Agrarwissenschaftler teilnehmen. Seit diesem Sommer empfiehlt die Liga, Desinfektionsmatten im Zugangsbereich zum Feld auszulegen. Damit erhofft sie sich, eine Ausbreitung der Pilzbefälle über die Fußballschuhe zu verhindern.

FEHLENDE STANDARDS

Unter Hitzedruck sind die Vereine gezwungen zu handeln, die öffentlichen Rufe nach konzertierten Aktionen im Klimaschutz sind dagegen noch relativ leise. Die Bundesliga überlegt jetzt, Handytickets, Zisternen und Photovoltaikanlagen als empfohlene Kriterien im Lizenzierungskatalog festzuschreiben. „Das wären zwar keine Muss-Bestimmungen“, sagt Ebenbauer. „Aber wir könnten Klubs, die sich daran halten, finanziell fördern.“ Doch noch nimmt kaum ein Bundesligist die Gelegenheit wahr, sich zu profilieren. Vorreiter ist auch hier die Austria, die in einem öffentlich zugänglichen Nachhaltigkeitsbericht über ihr soziales und ökologisches Engagement berichtet. Die aktuelle und einzige Version ist allerdings vom April 2017. Der Stadtrivale nennt auf seiner Website zwar „Umwelt und Nachhaltigkeit“ als einen gesellschaftlichen Bereich, in dem sich Rapid engagiere. Mehr Details sind – neben den kürzlich gepflanzten Bäumen – dort nicht zu finden.

Auch in der deutschen Bundesliga gibt es kein einheitliches Bild. Im Umweltreport der DFL ist zu lesen, die Vereine hätten ihre CO₂-Emissionen um 14.000 Tonnen verringert. Diese Angabe ohne jeden Bezugswert verdeutlicht ein Dilemma der Klimaschutzbemühungen: Es fehlt an Daten. Der 1. FSV Mainz 05 begann 2009, seine ökologische Bilanz zu prüfen und Maßnahmen zu setzen. Der VfL Wolfsburg erfasst seit 2011 seine CO₂-Emissionen und veröffentlicht diese sowie Maßnahmen zur Reduktion in regelmäßigen Nachhaltigkeitsberichten. Damit ist er Vorbild und zugleich Enttäuschung, denn er muss zugeben, das vor acht Jahren gesteckte Ziel einer Reduktion seiner Emissionen um 25 Prozent verfehlt zu haben. Andere Vereine berichten über einzelne Maßnahmen wie Energieeinsparungen, Ökostrombezug und CO₂-Kompensationen. Dies alles sei freiwilliges Engagement der Klubs, betont Ligaverbandspräsident Reinhard Rauball im Vorwort des DFL-Umweltreports. Anders formuliert: Mindeststandards und Vorgaben gibt es nicht. Der frühere Geschäftsführer der DFL, Andreas Rettig, regte an, Klimaschutzmaßnahmen zu einem Teil der Lizenzierungsbedingungen zu machen. „Der deutsche Fußball sollte den Anspruch formulieren, die nachhaltigste, sozialste und

bodenständigste Liga zu werden“, schrieb er Ende Oktober in einem Beitrag für die Zeitschrift *Capital*. „Warum sollte die Bundesliga nicht einen autofreien Spieltag einführen, verpflichtend Elektroladestationen und bewährte Fahrradgarderoben anbieten?“ In dieselbe Kerbe schlug zeitgleich ein Vertreter der „Fridays for Future“-Bewegung. Vincent Lohmann aus Mainz, der zu Spielen des FSV geht, sagte der *Sport-Bild*: „Die DFL-Generalversammlung könnte sich doch die Regel geben, auf Strecken unter zum Beispiel 500 Kilometern nicht mehr zu den Spielen zu fliegen.“ Weitere Vorschläge des Aktivisten: vegetarische Stadionkost, eine transparente CO₂-Bilanz, Bezug von Ökostrom und Handy- statt Papiertickets. Berater Fortyr sagt zum Klimaschutz als Lizenzkriterium: „Das halte ich mittelfristig für unrealistisch. Das Thema ist nicht präsent genug. Kein Entscheider wird dafür seinen Hut in den Ring werfen und die Karriere riskieren.“

ÖKOEINKAUF

Wollten sich Vereine systematisch dem Thema Klimaschutz zuwenden, gäbe es viele Anknüpfungspunkte. Vielleicht zu viele. Achtet man auf die Umwelt, sieht man den Fußball anders. Am Weg zur Austria Arena gerät während der *ballesterer*-Recherche die Auslastung der U-Bahn ebenso in den Blick wie die Verkehrsdichte am Stadion und die Länge der Grünphasen. Mitgehörte Gesprächsfetzen wie „Ich parke immer am Verteilerkreis, da komme ich nach dem Match am schnellsten weg“ klingen plötzlich nicht mehr nach belanglosem Smalltalk. An der Arena sucht man nach Autos und Parkplätzen, hält nach Fans, die mit dem Fahrrad kommen, Ausschau und versucht, die Menge des Mülls einzuschätzen. Dabei fällt das gedruckte Stadionheft, das auf jedem Platz der Haupttribüne aufliegt, ins Auge.

Die Liste lässt sich beliebig fortsetzen: Von Wurst, Semmel und Senf am Kiosk über das Material der Werbebanden bis zum Papier, auf das die Korrespondenz in der Geschäftsstelle gedruckt wird. Für jedes Produkt gibt es ökologisch mehr oder weniger vorteilhafte Lösungen, die nicht immer ohne Widerspruch sind. So ist das Müllaufkommen bei Einwegbechern höher als bei Mehrwegbechern, das Spülen der wiederverwendbaren Behälter jedoch eine weitere Umweltbelastung. Eine Umstellung auf ressourcenschonende Artikel kann Einsparungen bringen oder Mehrkosten verursachen, etwa wenn ein Verein in den VIP-Räumen nur noch bio-zertifizierten Kaffee ausschenkt. Die Entscheidungen, vor denen Profiklubs stehen, unterscheiden sich in dieser Hinsicht nicht von denen anderer Unternehmen. Es geht um die Beschaffung und den Blick auf die Lieferkette der genutzten und verkauften Produkte. Wo kommen sie her? Wie werden sie hergestellt? Was passiert mit ihnen danach? Diese Fragen müssen sich die Vereine jedoch erst einmal stellen und festlegen, was für sie Relevanz hat. „Die Klubs könnten beim Einkauf die Auswirkung auf das Klima berücksichtigen“, sagt Klimaschutzberater Fortyr. „Und nicht nur den Preis des Produkts.“

Inwieweit Vereine das tun und was dabei herauskommt, ist kaum zu beurteilen. Beim Symbolprodukt des Fußballs, dem Würstel, ist ein Umdenken schwerer vorstellbar als etwa bei Büromaterialien. Eine Anpassung der Beschaffung an ökologische Kriterien kann bedeuten, die Zusammenarbeit mit langjährigen Zulieferern zu beenden. Im Fall eines Fußballvereins sind diese nicht selten auch Sponsoren und ehrenamtliche Funktionäre. Kann ein Klub etwa die Kooperation mit dem größten Schweineschlachtbetrieb des Landes beenden, wenn dessen Besitzer dem Aufsichtsrat des Klubs vorsteht?

PLASTIKTEXTILIEN

Doch manchmal kommen wirtschaftliche und ökologische Interessen auch zusammen und liefern noch dazu schöne Schlagzeilen. „Diese Trikots sind Müll“ schrieb die *Welt*, als der FC Bayern vor drei Jahren sein Heimspiel gegen die TSG Hoffenheim in speziellen Dressen bestritt. Sie waren aus am Strand gesammeltem Plastik gefertigt und Ergebnis einer Kooperation des Sportartikelherstellers Adidas mit der Umweltorganisation Parley for the Oceans. 28 Plastikflaschen wurden für ein Trikot verwertet und landeten so weder im Meer noch im Recycling. Real Madrid präsentierte im Sommer 2018 ebenfalls ein Plastikmülltrikot für die neue Saison, Adidas produziert in seiner Parley-Kollektion inzwischen auch Schuhe, Shorts und Shirts. 100 Produkte sind im Onlineshop zu finden, sie bestehen allerdings nur zum Teil aus recyceltem Plastik.

Angesichts der Auswirkungen der globalen Textilindustrie auf die Umwelt ist das, um im Bild zu bleiben, ein Tropfen im Ozean. Die Treibhausgasemission der weltweiten Textilproduktion beträgt jährlich mindestens 1.200 Millionen Tonnen CO₂, mehr

als alle internationalen Flüge und die Seeschifffahrt zusammen. Zu lesen ist diese Einordnung in einem Dossier der Christlichen Initiative Romero, die Teil der internationalen Kampagne „Clean Clothes“ ist. Sportartikelhersteller wie Adidas, Nike und Puma setzen auf billige, schnelle und massenweise Fertigung. Die großen Marken produzieren nicht selbst, sie arbeiten mit Zulieferern – meist aus Südostasien. „Das Geschäftsmodell besteht darin, ständig nach den billigsten Lösungen zu suchen“, sagt Gertrude Klaffenböck von der Südwind Agentur, einer der österreichischen „Clean Clothes“-Partnerinnen. „Steigen die Löhne in China, wird die Produktion nach Kambodscha verlegt.“

FAIRER TOTENKOPF

Die Auswirkungen der Textilproduktion auf die Umwelt sind im Dossier von Romero zusammengefasst: Verbrauch von Ressourcen, Belastung durch Chemikalien und Mikroplastik, Gesundheitsgefährdung in den Fabriken und Entstehung von Müll. Langsam, sagt Klaffenböck, verändere sich das Bewusstsein für das Thema. „Ich habe das Recht als Konsumentin, nicht in Menschenrechtsverletzungen involviert zu sein, wenn ich ein T-Shirt kaufe.“ Verbraucher würden gezielt nach Marken und Unternehmen suchen, die sich um faire Produktion bemühen. Ein hilfreiches Tool ist dabei der GOTS-Standard, eine Zertifizierung nach umwelttechnischen Anforderungen und Sozialkriterien. Der **ballesterer** fragte die Bundesligisten, ob ihr Ausrüster ihnen ebenfalls nachhaltig produzierte Trikots angeboten habe. Fast unisono lautet die Antwort hier „Nein“, die Ausnahme ist der LASK. Er ist selbst in dieser Angelegenheit aktiv geworden und prüft derzeit aus Strandmüll gefertigte Stoffmuster.

Stichproben bei den Fanshops deutscher Bundesligisten zeigen, dass dort mehrere Textilprodukte mit GOTS-Zertifikat erhältlich sind. Mit einiger Konsequenz widmet sich der FC Sankt Pauli dem Thema – auf Druck der Basis. Bei der Jahreshauptversammlung 2016 wurde ein Antrag, das Fanshopsortiment auf faire Produkte umzustellen, angenommen. Im Herbst 2019 hat die Umstellung bei Bestsellern wie den Totenkopfhirts begonnen. „Wir haben uns große Ziele gesetzt, wollten aber gleichzeitig auch aus kaufmännischer Perspektive realistisch bleiben“, wird ein Mitarbeiter auf der Vereinswebsite zitiert. Bei den Textilien sei es gelungen, die Preise nicht zu erhöhen. Vielleicht werden andere Vereine dem Beispiel aus Hamburg folgen. Die Verantwortung dafür, beim Einfluss der Textilindustrie auf das Klima am großen Rad zu drehen, sieht Klaffenböck aber ohnehin woanders, nämlich bei den politischen Entscheidungsträgern. Sie könnten den Herstellern Regeln zu Mindestlöhnen, Kinderarbeit und Umweltstandards vorgeben: „Man kann nicht alles über den Konsum regulieren, da braucht es Gesetze.“

KLIMAGEFAHR WACHSTUM

Vorgaben gibt es bereits jetzt einige. Angefangen vom Wiener Abfallwirtschaftsgesetz, das ab einer gewissen Veranstaltungsgröße Mehrwegbecher vorsieht, über das Verbot schädlicher Baustoffe wie Asbest bis hin zu verpflichtenden Umweltverträglichkeitsprüfungen bei Neubauten. „Fußballstadien können nur bedingt nachhaltig sein“, sagt Architekt Treberspurg. „Das ist auch nicht ihr Zweck. Aber es macht einen großen Unterschied, wie sehr man beim Bau auf die Umwelt Rücksicht nimmt.“ Der Energieverbrauch ist der Bereich, in dem Vereine zumindest als Stadioneigentümer leicht aktiv werden können. Solarpaneele, LED-Beleuchtungen und Zisternen sind überschaubare Maßnahmen, die ein mittel- bis langfristiges Einsparungspotenzial haben und den sportlichen Betrieb kaum betreffen. Komplizierter wird es, sobald weitere Akteure im Spiel sind, egal ob es um die Verkehrsplanung für die Stadionanreise, die Herstellung von Trikots oder die Beschaffung von Merchandise nach ökologischen Kriterien geht.

Selbst wenn Klubs weitere Klimaschutzmaßnahmen treffen – weil die Hitze sie zwingt, die wirtschaftliche Vernunft es rät, oder das Image damit verbessert werden kann –, stoßen sie an eine Grenze, sobald das Kerngeschäft betroffen ist: Kaum ein Verein wird aufgrund ökologischer Erwägungen auf den lukrativen Sponsorenvertrag mit dem Erdölunternehmen oder die sommerliche Asientournee verzichten. Auch deswegen nicht, weil er es nicht muss und weil es kein anderer tut. Solange Klimaschutzmaßnahmen nicht vorgeschrieben sind, wird sich ihr Ausmaß an der Gewinnmarge orientieren. „Um wirklich etwas zu ändern, müsste man die Wachstumslogik in Frage stellen“, sagt Jasmin Duregger von Greenpeace. „Es braucht nicht immer größere Stadien, nicht immer neue Turniere.“ ○

#147

ballesterer

Fußballmagazin

Abo 49 €

Probeabo 12 €

Treueabo 100 €

DEIN ABO
FÜR DIE ZUKUNFT
BALLESTERER.AT/ABO

912007349005600147

